

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Хагуров Т.А.

подпись

«  »

2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДВ.07.01 РЕКЛАМА НА РАДИО И ТЕЛЕВИДЕНИИ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление

подготовки/специальность – 42.04.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) /

специализация – «Реклама»

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки – академическая

(академическая /прикладная)

Форма обучения – очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника – магистр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2018

Рабочая программа дисциплины Реклама на радио и телевидении составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, программа подготовки «Реклама»

код и наименование направления подготовки

Программу составил(и):

И.А. Мальцева, доц., канд. филол. наук

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа дисциплины Реклама на радио и телевидении утверждена на заседании кафедры (разработчика) электронных СМИ и новых медиа

протокол № 9 «18» апреля 2018 г.

И. о. заведующего кафедры (разработчика) Вологина Е.В.

фамилия, инициалы


подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры (выпускающей) электронных СМИ и новых медиа

протокол № 9 «18» апреля 2018 г.

И. о. заведующего кафедры (разработчика) Вологина Е.В.

фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики
протокол № 15-18 «25» апреля 2018 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.

фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

Абрамова Г.А., д-р филол. наук, профессор, и.о. зав. кафедрой издательского дела, стилистики и медиаиндустрии

Ишкова И.А., директор рекламного агентства ООО «Индиго»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины. Цель освоения дисциплины «Реклама на радио и телевидении» : Сформировать у студентов комплекс знаний, умений и навыков, необходимых для разработки рекламного продукта в электронных СМИ; обучить основам рекламного языка, дать понятие об изобразительных средствах рекламы в электронных СМИ, определить роль художественного проектирования (моделирования) в рекламе (основы композиции, форма поиска композиционного решения, композиция и пространство, законы создания рекламного макета, принципы создания логотипа, колорит, шрифты и их написание, компьютерный дизайн и т.д.). Кроме того, научить студентов оценивать художественную ценность и социально-психологическое воздействие рекламы.

1.2 Задачи дисциплины:

- сформировать представления об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта, предназначенного для размещения в электронных СМИ;
- сформировать базовые навыки разработки концепций рекламного обращения на радио и телевидении;
- ознакомить со средствами коммуникативного воздействия, с принципами и методами художественного оформления рекламного продукта, предназначенного для размещения на радио и телевидении.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре ООП ВО: Дисциплина «Реклама на радио и телевидении» относится к вариативной части блока Б1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Для изучения данного курса в качестве входных знаний студенты должны иметь представление о рекламе как о составляющей журналистики (предшествующие дисциплины «Введение в профессию», «Основы теории журналистики», «Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности», и последующие дисциплины: «Инновационные технологии в рекламе»).

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных и профессиональных компетенций (ОК/ПК): ПК 2, ПК 3, ПК 7*

Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
ПК-2	готовностью выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности	основные виды редактирования телетекста в аспекте разработки рекламного продукта	редактировать рекламные теле-, радиотексты, разрабатывая медийные проекты повышенной сложности	навыками редактирования рекламной теле-, радиопродукции и
ПК-3	готовностью осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее	организационн ые, координационн ые, контролирующ ие обязанности,	разрабатывать рекламные медийные проекты в соответствии со стратегиями	навыками разработки разнообразных рекламных медийных проектов на

	планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	текущее планирование в сфере теле-, радиорекламы.	развития телевидения и радиовещания	радио и телевидении.
ПК-7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	современные принципы и методы разработки рекламного теле-, радиопрокта	создавать рекламный продукт с учетом знания особенностей теории медиапроектирования и медиамоделирования.	навыками разработки рекламного теле-, радиопродукта с учетом современных принципов медиапроектирования и медиамоделирования

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 1 зач.ед. (36 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)			
			С			
Контактная работа, в том числе:						
Аудиторные занятия (всего):						
Занятия лекционного типа		-	-	-	-	-
Лабораторные занятия		24	24	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)		-	-			
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2			
Самостоятельная работа, в том числе:						
Курсовая работа		-	-	-	-	-
Проработка учебного (теоретического) материала		4	4	-	-	-
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		4	4	-	-	-
Реферат		3,8	3,8	-	-	-
Подготовка к текущему контролю				-	-	-
Контроль:						
Подготовка к экзамену						
Общая трудоемкость	час.	36	36	-	-	-
	в том числе контактная работа	24,2	24,2	-	-	-
	зач. ед	1	1	-	-	-

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Темы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Создание рекламного продукта на радио и телевидении: разработка концепции идеи и поиск креативного решения.	11	-	-	8	3
2.	Работа над литературным и режиссерским сценариями рекламного ролика.	11	-	-	8	3
3.	Производство рекламного продукта на радио и телевидении: технологические стадии, их особенности.	9,8	-	-	6	3,8
4.	Итоговое занятие. Зачет	4	-	-	2	2
	<i>Итого по дисциплине:</i>		-	-	24	11,8

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

Занятия лекционного типа не предусмотрены

2.3.2 Занятия семинарского типа

Занятия семинарского типа не предусмотрены

2.3.3 Лабораторные занятия.

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	2	4
1.	Создание рекламного продукта на радио и телевидении: разработка концепции идеи, поиск креативного решения.	<i>Реферат</i>
2.	Работа над литературным и режиссерским сценариями рекламного ролика.	<i>Реферат</i>
3.	Производство рекламного продукта на радио и телевидении: технологические стадии, их особенности.	<i>Реферат</i>

Защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т) и т.д.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы - не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	<i>Реферат</i>	1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036 2. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения : учебное пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 278 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044 3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и pr-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4 4. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2018. Утвержденные УМК факультета журналистики протокол № 07-17 от 21 июня 2017
2.	<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>	1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036 2. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения : учебное пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 278 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044 3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и pr-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4 4. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар,

		2018. Утвержденные УМК факультета журналистики протокол № 07-17 от 21 июня 2017
--	--	---

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) реализация компетентного подхода должна предусматриваться использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (дискуссия, круглый стол, опрос, реферат, творческое задание) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

Лабораторные занятия (ЛЗ)

Лабораторные занятия направлены на подтверждение теоретических положений и формирование учебных и профессиональных практических умений и составляют важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки.

Выполнению подобных заданий предшествует самостоятельное изучение студентом специальной литературы по теме, список которой прилагается к плану, и систематизация полученных знаний. Затем на занятиях в аудитории студенты под руководством преподавателя приступают к выполнению практических заданий, которые имеют поисковый характер и направлены на решение новой для студентов для них проблемы с опорой на имеющиеся у них теоретические знания.

Самостоятельная работа (СР)

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с программами-тренажерами (в первую очередь динамическими и интеллектуальными), с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

Формами текущего и промежуточного контроля является выполнение рефератов и устные опросы.

4.1.1 Примерные темы рефератов

1. Эффективность современных видов рекламы.
2. Качественные методы оценки эффективности рекламы. Оценка эффективности различных.
3. Социальная реклама на телевидении.
4. Имидж семьи в телерекламе.
5. Гендерные образы в телерекламе.
6. Восприятие телевизионной рекламы: национальные особенности.
7. Жанры телевизионной рекламы.
8. Экспертная реклама
9. Драматизированная реклама.
10. Жесткая и мягкая реклама.
11. Рекламные видеофильмы на региональных и федеральных телеканалах.
12. Каналы распространения Product Placement.
13. Типология Product Placement.
14. Product Placement как ролевая модель.
15. Product Placement как социальная коммуникация.
16. Преимущества использования Product Placement.
17. Основные творческие приемы при производстве рекламных роликов.

4.1.2.1 Примерные вопросы для устного опроса

1. Реклама на радио.
2. Реклама на телевидении.
3. Охват аудитории. Медиаизмерения. Понятие прайм-тайма.
4. Жанровая классификация телевизионной рекламы.
5. Основные творческие приемы при производстве рекламных роликов. Стоимость рекламного контакта.
6. Жанровая классификация радиорекламы.
7. Жанры радиорекламы.
8. Возможности и ограничения радиорекламы.
9. Специфика выделения сегментов целевой аудитории.
10. Виды рекламы на радио.
11. Правила составления рекламного объявления.
12. Задачи рекламной компании.
13. Какова роль невербальной составляющей в телевизионной рекламе?
14. Перечислите критерии эффективности телевизионной рекламы и радиорекламы.
15. Почему радио является одним из наиболее привлекательных средств распространения рекламы?
16. Опишите преимущества и недостатки радио в сравнении с другими средствами распространения рекламы.
17. Каковы правила создания радиорекламы?
18. Какими преимуществами и ограничениями обладает телереклама?
19. Назовите виды телерекламы. Приведите примеры.
20. Что необходимо учесть при создании телерекламы?

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Примерные вопросы к зачету.

1. Особенности телевидения как средства распространения рекламы.
2. Как сделать рекламу эффективной.
3. Реклама как институт продвижения продукта.
4. Влияние рекламы на эффективность деятельности торговых представителей.

5. Коммуникации с использованием аудиовизуальной, радио- и телевизионной рекламы.
6. Рекламные видеофильмы на региональных и федеральных телеканалах
7. Принципы действия радио рекламы.
8. Охват аудитории. Медиаизмерения. Понятие прайм-тайма.
9. Жанровая классификация телевизионной рекламы.
10. Основные творческие приемы при производстве рекламных роликов. Стоимость рекламного контакта.
11. Жанровая классификация радиорекламы.
12. Жанры радиорекламы.
13. Возможности и ограничения радиорекламы.
14. Специфика выделения сегментов целевой аудитории.
15. Виды рекламы на радио.
16. Правила составления рекламного объявления.
17. Задачи рекламной компании.
18. Этапы проведения рекламной компании. Оценка эффективности рекламной компании.
19. Структура рекламного обращения.
20. Форма рекламного обращения.
21. Этапы разработки рекламного обращения.
22. Роль Федерального Закона «О рекламе» в организации и управлении рекламной деятельностью.
23. Саморегулирование рекламной деятельности в России.
24. Сегментирование рынка и его роль в повышении эффективности рекламной деятельности.
25. СМИ как рекламоноситель. Виды рекламы в СМИ.
26. Содержание договора между рекламодателем и рекламным агентством.
27. Стратегия УТП.
28. Структура рекламного текста. Слоган в рекламном сообщении.

Критерии оценки

Зачет проводится устной форме по билетам, которые включают два теоретических вопроса и выполнение творческого задания. Оценка знаний студентов производится по следующим критериям:

«**Зачтено**» ставится, если студент отвечает на вопросы устного собеседования, владеет

основными терминами и понятиями по теме курса, может привести примеры из современной практики в сфере отечественной и зарубежной журналистики,

«**Не зачтено**» ставится, если студент не знает ответа на вопросы устного собеседования, не знает базовых определений по теме курса, не может привести примеры из практической отечественной и зарубежной журналистики.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036
2. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения : учебное пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 278 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044
3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4

5.2 Дополнительная литература:

1. Смирнова, Ю.В. Реклама на телевидении: разработка и технология производства: учеб. пособие. – М.: Изд-во «Омега-Л», 2014. – 256 с.
2. Бернадская, Ю.С. Звук в рекламе: учеб. пособие для студентов вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАТА, 2007. – 135 с.
3. Анашкина, Н.А. Режиссура телевизионной рекламы: учеб. пособие для студентов вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАТА, 2008. – 208 с.
4. Лебедев-Любимов, А. Н. Психология рекламы. – СПб: Питер, 2002. – 368 с.
5. Каплунов, Д. Нейрокопирайтинг. 100 приемов влияния с помощью текста. – М.: Издательство «Э», 2018. – 352 с.
6. Аниськина, Н. В. Модели анализа рекламного текста / Н.В. Аниськина, Т.Б. Кольшкнина. - Москва: ИЛ, 2016. - 304 с.
7. Антипов, К. В. Основы рекламы / К.В. Антипов. - М.: Дашков и Ко, 2014. - 326 с.
8. Катернюк А. Практическая реклама / Катернюк Алексей. - М.: Феникс, 2015. - 155 с
9. Богацкая, С. Г. Правовое регулирование рекламной деятельности / С.Г. Богацкая. - М.: Университетская книга, 2013. - 590 с.
10. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - Москва: Наука, 2014. - 272 с.

- 11.. Гусаров, Ю. В. Рекламная деятельность / Ю.В. Гусаров, Л.Ф. Гусарова. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 320 с.
12. PR в сфере коммерции (+ CD-ROM). - Москва: Огни, 2013. - 304 с.

5.3. Периодические издания:

1. «Медиаскоп», электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru>
2. "Главный редактор". Ежемесячный профессиональный журнал по медиабизнесу.
3. "Медиа бизнес" «МЕДИАБИЗНЕС». Журнал представляет собой площадку для обмена опытом медиа-менеджеров, учебник для тех, кто хочет повысить квалификацию, руководство к действию и сборник практических методик и анализа передового опыта. Все аспекты функционирования современного медийного предприятия и главный аспект — получение дохода и прибыли.
4. "Со-Общение". Ежемесячный специализированный журнал об интеллектуальном бизнесе и гуманитарных технологиях. Журнал посвящен проблематике интеллектуального бизнеса и основным направлениям гуманитарных технологий: PR, консалтингу, брендингу, рекламе, политическим технологиям, менеджменту, традиционным и современным методикам маркетинговых и социологических исследований.
<http://www.soob.ru>

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. www.biblioclub.ru - информационно-образовательный проект, предоставляющий круглосуточный индивидуальный Интернет-доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей учебные, учебно- методические, научные и иные издания, используемые в образовательном процессе;
2. www.knigafund.ru - информационно-образовательный проект, в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) предоставляющий круглосуточный индивидуальный Интернет-доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей учебные, учебно-методические, научные и иные издания, используемые в образовательном процессе

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче экзамена. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов

способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя студент должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.

- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.

- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.

- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

студент может:

- сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;

- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;

- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;

- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;

- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;

- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Изучение дисциплины «Реклама на радио и телевидении» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: практические занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся:

- прослушивание лекционного курса;
- чтение и конспектирование рекомендованной литературы;
- проведение лекционных занятий,
- проведение практических занятий,
- проведение лабораторных занятий.

Лекционные занятия (Л).

Лекции являются аудиторными занятиями, которые рассчитаны на максимальное использование творческого потенциала слушателей.

Вузовская лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Её цель – формирование у обучающихся ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы. Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям:

- изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному;
- логичность, четкость и ясность в изложении материала;
- возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности обучающихся в ходе лекции;
- опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные;
- тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся;
- научность и информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств;
- активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов;
- разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их;
- эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык.

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Выполнению подобных заданий предшествует самостоятельное изучение студентом специальной литературы по теме, список которой прилагается к плану, и систематизация полученных знаний в виде таблиц. Затем на занятиях в аудитории студенты под руководством преподавателя приступают к выполнению практических заданий, которые имеют поисковый характер и направлены на решение новой для студентов для них проблемы с опорой на имеющиеся у них теоретические знания.

Внеаудиторная работа предполагает выполнение индивидуальных и групповых заданий по дисциплине, а также самостоятельную работу студентов. Индивидуальные занятия предполагают работу каждого студента по индивидуальному (групповому) заданию и личный устный/письменный отчет и презентацию результатов группе и преподавателю во время практических занятий.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, сообщений, подготовка презентаций.

Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с программами-тренажерами (в первую очередь динамическими и

интеллектуальными), с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

Проверка самостоятельной работы студента и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

Для проведения практических занятий по дисциплине предусмотрено использование компьютерных программ:

- Программы для просмотра и создания текстовых файлов («Microsoft Word»)
- Программы для просмотра pdf-файлов («Adobe Reader»)
- Программы для демонстрации и создания презентаций («Microsoft PowerPoint»)
- Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель «Windows Media Player»)

8.3 Перечень информационных справочных систем:

- Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
- Электронная библиотечная система Издательства «Лань» (<http://www.e.lanbook.com>);
- Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» (<http://www.biblioclub.ru>).
- Электронная библиотечная система «Юрайт» (<http://www.biblio-online.ru>)
- Электронная библиотечная система «BOOK.ru» (<http://www.book.ru>)
- Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (<http://www.znanium.com>)

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лабораторные занятия	Аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№301 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 14 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., проектор)

		ауд.№307 (Комплект учебной мебели, доска учебная) ауд.№310 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт) ауд.№410 (выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект фотооборудования) ауд.№412 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект видеозаписывающего оборудования)
2.	Групповые и индивидуальные консультации	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№202,306,307,407,408,409,411 (Комплект учебной мебели, доска учебная) ауд. 310 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт) ауд. 410 (выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект фотооборудования) ауд. 412 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект видеозаписывающего оборудования)
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№ 304,305,306,404,406,407,408,409 (Комплект учебной мебели, доска учебная)
4.	Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд. № 401 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 10 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт)